

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES
CURSO DE JORNALISMO**

GRACIELE DE OLIVEIRA

**RELATÓRIO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO:
JORNALISTA SEM PATRÃO: UNIÃO ENTRE COOPERATIVISMO E
EMPREENDEDORISMO**

**Maceió – AL
2023**

GRACIELE DE OLIVEIRA

**RELATÓRIO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO: JORNALISTA SEM PATRÃO:
UNIÃO ENTRE COOPERATIVISMO E EMPREENDEDORISMO**

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso
submetido ao Curso de Jornalismo da Universidade
Federal de Alagoas como requisito para obtenção
do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Magnólia Rejane Andrade
dos Santos

**Maceió – AL
2023**

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecária Responsável: Helena Cristina Pimentel do Vale CRB-4/661

O48r Oliveira, Graciele de.

Relatório de trabalho de conclusão : jornalista sem patrão : união entre cooperativismo e empreendedorismo / Graciele de Oliveira. – 2023.
19 f. : il.

Orientadora: Magnólia Rejane Andrade dos Santos.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso - Jornalismo) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Curso de Jornalismo. Maceió, 2023.

Bibliografia: f. 18-19.

1. Jornalista. 2. Jornalismo. 2. Cooperativismo. 3. Empreendedorismo. I. Título.

CDU: 070

Agradecimentos

Primeiramente, quero agradecer a Deus, pelo discernimento, força e coragem para chegar aqui. Tenho certeza que sem ele, nada seria possível. Minha mãe, que mesmo sem entender às vezes minhas decisões, sempre me apoiou. E, claro, a ela essa vitória. Aos meus familiares e amigos, que fizeram parte desta caminhada.

Em especial, a minha dupla desses anos de faculdade, Izabel Lopes, que com certeza tornou todas as fases da graduação mais leves e impulsionadas, com as longas conversas de incentivo. Ter alguém de confiança para desabafar suas angústias na universidade é um privilégio, porque o processo é árduo, e com a Iza pude contar.

À minha caçula, Grazielle, que do seu jeitinho foi uma grande incentivadora. Ao meu pai, que mesmo sem palavras, sempre esteve na primeira fila torcendo por mim.

Sem citar nomes para não esquecer de ninguém, agradeço a todos que cruzaram o meu caminho, me deram oportunidades e acreditaram no meu trabalho. Aos chefes de estágios, colegas e grandes amigos que se somam. Ao professor Alan Soares, que com sua curta passagem foi importantíssimo para muitos alunos, inclusive, eu. Ele, responsável por despertar o interesse em empreender no jornalismo. Passei a olhar para profissão com outros olhos, o brilho antes apagado reacendeu.

A Fleidson Alves, meu namorado na época, hoje meu marido, pai do meu filho, que me mostrou o mundo do empreendedorismo a partir de sua atuação e me empurrou para abrir uma agência de comunicação. Foi e é meu grande incentivador.

E claro, à maravilhosa Magnólia, minha orientadora, que com toda sua paciência abraçou meu projeto. Que confiou na minha proposta e me incentivou a não desistir.

“Nunca deixe que lhe digam que não vale a pena acreditar no sonho que se tem, ou que seus planos nunca vão dar certo, ou que você nunca vai ser alguém”.

Mais uma vez, Renato Russo.

RESUMO

A proposta para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), é um livro-reportagem, onde aborda o empreendedorismo praticado por jornalistas alagoanos, as mudanças que a profissão vem passando e os modelos de negócios alternativos no jornalismo. Com isso, visa contribuir para evidenciar a estudantes e profissionais da área que é possível viver de jornalismo e fazer jornalismo além dos meios tradicionais. Desmistificar que para fazer seu nome na profissão é necessário estar vinculado a grandes empresas de comunicação. E com o resultado colhido, as referências expostas possam ser fontes de inspirações.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Jornalismo. Jornalismo independente.

ABSTRACT

The proposal for the Final Paper is a book-report, which addresses the entrepreneurship practiced by journalists from Alagoas, the changes that the profession has been going through and the alternative business models in journalism. With this, it aims to contribute to students and professionals in the area that it is possible to make a living from journalism and to do journalism beyond the traditional means. Demystify that to make your name in the profession you need to be linked to large communication companies. And with the result collected, the exposed references can be sources of inspiration.

KEY WORDS: Entrepreneurship. Journalism. Independent journalism.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1. APRESENTAÇÃO | 6 |
| 2. OBJETIVOS | 8 |
| 2.1 Geral | 8 |
| 2.2 Específicos | 8 |
| 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 9 |
| 3.1 Gênero Livro-reportagem | 9 |
| 3.1 A produção do livro-reportagem | 10 |
| 4. PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DO TRABALHO | 11 |
| 4.1 Pauta..... | 11 |
| 4.2 Pré-apuração..... | 11 |
| 4.3 Apuração | 12 |
| 4. 4 Redação..... | 12 |
| 4. 5 Diagramação | 12 |
| 5 . ORÇAMENTO E DETALHAMENTO TÉCNICO..... | 14 |
| 6. PERFIL EDITORIAL | 15 |
| 7. PÚBLICO ALVO..... | 16 |
| 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 17 |
| 9. REFERÊNCIAS | 18 |

1. APRESENTAÇÃO

Ser um jornalista de sucesso sempre esteve associado a estar por trás de uma emissora, programa de rádio, pautando o dia a dia, carregando o seu nome sempre ligado ao de uma empresa. Mas, com o avanço da internet, redes sociais e sua popularização, acreditava-se que o jornalismo impresso morreria e que as mídias tradicionais poderiam chegar ao seu fim.

A revolução das mídias sociais tornou-se uma extensão do jornalismo ao transformar e continuar transformando o mercado de comunicação reconfigurando-se à profissão de jornalista na atualidade. Como explica Bernardo Kucinski (2012), o mercado virtual não depende do capital de grandes empresas e seus interesses. O que facilita e encoraja jornalistas a iniciar uma jornada em seu próprio negócio, com um capital de giro considerável.

Hoje, com um smartphone e um notebook, sabendo manobrar as multimídias e programas de edições, o profissional encara sua jornada empreendedora. O jornalista mesmo que não traçando para o caminho dos negócios, necessita ser multifacetado, senão fica para trás. É o que as empresas de comunicação querem no seu quadro de funcionários: um jornalista que domine as multiplataformas e que atue em diversas áreas, antes desempenhadas por diferentes profissionais. Na era do imediatismo, as redações estão mais enxutas, trabalhando com um quadro reduzido e com a mesma exigência de trabalho e produção diária.

Começa a busca pelo jornalista multiplataforma e convergente, as redações começam a diminuir [...]. O jornalismo é hoje uma profissão como outra qualquer, de padeiro a advogado. Aquele profissional apaixonado pela profissão e que se via como à serviço da informação, agora é somente produtor e difusor da notícia que em casos é da ideologia da linha editorial (OLIVEIRA e GROHMANN, 2014, p. 2)

Essa geração multifacetada domina diversas ferramentas, áreas e está chegando com força no mercado, fortalecendo a revolução digital no jornalismo. Entretanto, não é a primeira vez que o mercado passa por mudanças: esses profissionais já carregam essas transformações, e precisam estar acompanhando a evolução tecnológica e digital.

Com a revolução digital, o apoio das redes sociais, a nova forma de produzir notícia, gerar entretenimento e informações, as corporações de comunicação migraram também para o digital, criando conteúdos independentes e de consumo rápido. Com isso, fortalece a ideia de jornalismo independente, e uma nova geração de profissionais empreendedores. O jornalismo passa a andar lado a lado com o empreendedorismo.

Empreender sempre foi um desafio, imagine em uma profissão onde, tradicionalmente os profissionais saem da faculdade com a esperança de serem reconhecidos por estarem trabalhando em um em um veículo de comunicação. A faculdade de jornalismo não os prepara para o mercado empreendedor ou para as dificuldades em conseguir se manter atualizado para suprir as demandas dos contratantes.

A noção de um indivíduo empreendedor no contexto de uma economia em transformação não é um conceito novo para as indústrias criativas [...]. Mas o surgimento do profissional empreendedor no jornalismo é um fenômeno relativamente recente, coincidindo com um colapso gradual da divisão entre os lados comercial e editorial das organizações de notícias, cujo desenvolvimento vem como uma (indesejável) surpresa para muitos na indústria (DEUZE e WITSCHGE, 2015, p. 19).

Contudo, os jornalistas vêm traçando novos horizontes com a revolução digital, pois empreender torna-se uma alternativa de sucesso, de fazer um novo jornalismo independente, empreendedor e de causas sociais. Hoje, facilmente encontramos esses profissionais tocando o seu próprio negócio.

2. OBJETIVOS

2.1 Geral

O presente livro-reportagem tem como objetivo promover a construção de diálogos referenciais com profissionais que migraram dos meios tradicionais para o novo modelo de fazer jornalismo e com isso conseguiram se reinventar em seu ofício. Em paralelo, também traz a visão de mercado de recém-formados da área que já saem da graduação para o jornalismo digital empreendendo. Assim, a meta é mostrar o desafio em meio a oportunidades de profissionais que, tradicionalmente, foram formados para trabalhar em redações de jornais, emissoras de TV e Rádio, e que hoje estão passando por uma reconfiguração de atuação no mercado da comunicação.

2.2 Específicos

- Analisar como ocorreu a transição dos profissionais dos meios tradicionais para novas alternativas;
- Colher depoimentos por meio de entrevistas de jornalistas empreendedores;
- Apresentar aos leitores que existe vida profissional fora dos meios tradicionais;
- Abordar as principais mudanças no mercado de trabalho do jornalismo e trazer personagens da nova geração de profissionais que mesmo antes de se formar, já ingressam nas novas alternativas de fazer jornalismo;
- Elaborar um produto jornalístico informativo com as vivências dos profissionais da comunicação, seus desafios e aprendizados, com um conteúdo de fácil acesso que evidencie a importância do trabalho dos jornalistas na economia local.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Gênero Livro-reportagem

Todo bom jornalista que se preze é amante da leitura e da escrita e – para fugir da mesmice e do superficial que a notícia muitas vezes entrega – existe a necessidade de ir além. Informar além dos textos curtos, principalmente na era da internet, onde o consumo de conteúdo bate de frente com o imediatismo do "pra hoje, pra agora". O livro-reportagem é um caminho onde o jornalista consegue se aprofundar em um determinado de tema, assunto, história. É o formato que une jornalismo e literatura.

O gênero que pode parecer novo, na verdade não é, e carrega traços históricos importantes. O livro-reportagem tem início na imprensa dos Estados Unidos, no século XX, uma época em que o jornalismo era preenchido com literatura, artigos e ensaios editoriais. É época essa que o mundo passava por uma série de mudanças em transmitir informações. Com a Primeira Guerra Mundial, foi necessário escrever mais que dados e informações isoladas.

Assim, as notícias foram sofrendo modificações para dar ao leitor uma ideia de continuidade e, desta forma, dar sentido do que estava acontecendo. Esse processo buscava mais profundidade nos assuntos abordados. A partir daí, o gênero conhecido por reportagem proliferou-se (MORAIS, 2004).

Para Rocha e Xavier (2013), a construção do texto faz parte da produção jornalística, e no caso do livro-reportagem, ela compartilha com a apuração. É complicado determinar a zona de fronteira entre ambas. A retórica utilizada no livro-reportagem difere-se dos outros formatos jornalísticos (notícia, reportagem, nota) não pela simples constatação de ser mais extensa, mas por ter a possibilidade de mesclar diferentes gêneros: interpretativo, investigativo e literário.

O método continua o mesmo: apurar, investigar, observar, informar gestos, movimentos, expressões, ser representante e dar voz. Assim como também usar da sensibilidade para passar uma escrita mais humanizada. Porém, é necessário atentar-se para o cuidado de não banalizar a humanização ou explorar a vivência das fontes para despertar a “emoção do leitor”, a linha que separa este recurso na construção do texto do sensacionalismo é muito tênue (Rocha e Xavier, 2013).

Ainda de acordo com as autoras Paula Melani Rocha e Cíntia Xavier (2013), o livro-reportagem emerge como um lugar de invenção e reinvenção de técnicas, procedimentos e modelos, representando assim a inovação de meios e suportes para se contar uma história. Essa inovação está, especialmente, nas diversas maneiras de ultrapassar a ideia de factualidade, muitas vezes marcada pela superficialidade no tratamento das questões colocadas pela imprensa.

3.1 A produção do livro-reportagem

Para a produção desse livro-reportagem adotou-se procedimentos específicos. Entre eles, as leituras sobre o assunto, formulação e a realização de entrevistas, a apuração das informações, a escrita, retorno aos entrevistados, escolha do título, diagramação e escolha da paleta.

O livro foi estruturado em quatro capítulos, construídos a partir de pesquisas e entrevistas. O primeiro capítulo faz uma viagem às mudanças que o mercado de trabalho de jornalismo passou e apresenta sua atuação nos dias de hoje. Também propõe esclarecer o que é empreendedorismo e sua prática na atuação do profissional de comunicação.

O Segundo capítulo traz uma personagem pioneira no cooperativismo jornalístico, conseguindo ir além os limites do estado de Alagoas ao alcançar destaque nacional com a iniciativa nascida em 2007 e que se mantém até hoje: a Jorgraf. Ela é o primeiro caso apresentado justamente por ser a primeira iniciativa onde o jornalismo e o empreendedorismo caminham juntos e, que nasceu de funcionários de um jornal, que se tornaram seus patrões.

O terceiro traz o segundo personagem destaque: o Acta, um coletivo criado a partir de jornalistas alagoanos que foram demitidos de duas empresas de comunicação de Maceió, após pararem suas atividades por nove dias, em um ato de greve, contestando uma proposta atípica de redução salarial.

O quarto e último capítulo aborda a respeito de produtos alternativos no jornalismo em atuação em Alagoas, o número de veículos independentes no estado e, uma pesquisa levantada a partir do Google negócio, de quantos negócios alternativos têm em Alagoas.

4. PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DO TRABALHO

4.1 Pauta

O interesse sobre o assunto surgiu de uma iniciativa pessoal, quando resolvi abrir uma agência de comunicação, a Redlike. Apesar de ter tido o apoio de um profissional de administração e já ter passado pelas disciplinas de administração e marketing oferecidas no curso – uma até abordando o plano de negócio – percebi que não tinha nenhum preparo teórico para a abertura de uma empresa de comunicação. Assim, passei a olhar com mais critério os fundamentos da profissão e das suas disciplinas, porém a ideia ficou congelada.

O acontecimento da greve dos jornalistas em 2019 e a abertura do Coletivo Acta em curto prazo de três meses, através dos profissionais unindo forças e economias para abrir uma empresa de jornalismo, desbloqueou minha memória. O fato me fez recordar o caso da Jorgraf (...) que, pela segunda vez, Alagoas era página de um recorte histórico da classe jornalística. Pesquisas foram realizadas sobre o assunto, mas poucas foram encontradas, o que me levou a perceber o quanto o assunto é novo na literatura.

Até que encontrei artigos da Professora Magnólia no Google Acadêmico sobre a Jorgraf, no mesmo aspecto de desdobrar as mudanças da profissão e sua atuação lado ao empreendedorismo, e vi que ela seria a pessoa para a orientação desse livro-reportagem. Tendo nossos interesses em comum, seguimos com a proposta de produção de um livro-reportagem.

4.2 Pré-apuração

Após a aprovação do tema e formato, foi dado início ao processo de pré-apuração do trabalho de conclusão de curso (TCC). A pré-apuração foi iniciada em dezembro de 2022.

O principal objetivo era elaborar um conteúdo didático, promover a construção de diálogos referenciais com profissionais que migraram dos meios tradicionais para o novo modelo de fazer jornalismo e se reinventaram. Tendo as fontes já definidas

pelo recorte escolhido, a Jorgraf e o Acta, passei pelo processo de buscar os contatos dos responsáveis.

Foi feita a pesquisa de embasamento teórico, a fim de fortalecer a narrativa proposta com pesquisas em sites, depoimentos já dados pelos personagens, artigos, livros, reportagens, consultas com pessoas que participaram de movimentos como a greve e que já tinham trabalhado na Jorgraf, além, claro, dos atuais e dos que estão desde suas fundações.

4.3 Apuração

Após a aprovação do tema, formato, foi dado início ao processo de pré-apuração do trabalho de conclusão de curso (TCC). Foi dado início a pré-apuração em dezembro de 2022.

O principal objetivo era elaborar um conteúdo didático, promover a construção de diálogos referenciais com profissionais que migraram dos meios tradicionais para o novo modelo de fazer jornalismo e se reinventaram. Tendo as fontes já definidas pelo recorte escolhido, a Jorgraf e o Acta, passei pelo processo de buscar os contatos dos responsáveis.

Foi feita a pesquisa de embasamento teóricos, que fortalecesse a narrativa proposta, com pesquisas em sites, depoimentos já dados pelos personagens, artigos, livros, reportagens, e algumas consultas com pessoas que participaram de movimentos como a greve e que já tinham trabalhados na Jorgraf, além, claro, dos atuais e dos que estão desde suas fundações.

4.4 Redação

A linguagem utilizada para o livro-reportagem foi bem acessível, levando ao pé da letra a mensagem didática da escrita do jornalismo, de forma esclarecedora. Foi escolhido que as falas dos personagens fossem entregues ao texto de forma bem natural, sem muitas modificações no formato, pois, a ideia inicial foi dar voz aos verdadeiros protagonistas.

4.5 Diagramação

Para a diagramação, foram realizadas diversas pesquisas e inspirações. Pensando em um layout moderno e que entregasse a mensagem do novo, saindo do preto e branco. Para a elaboração de todo o projeto gráfico, a designer Larissa Sucupira, foi a profissional responsável em dar vida ao e-book.

5 . ORÇAMENTO E DETALHAMENTO TÉCNICO

Para produzir o livro-reportagem “Jornalista sem patrão: União entre cooperativismo e empreendedorismo”, não foi necessário orçamento para o processo principal, uma vez que as entrevistas e elaboração das matérias, já pertenciam a repórter. Já a diagramação, foi realizada por terceiros e o valor cobrado foi de R\$500,00. O aparelho utilizado para as produções de texto, entrevistas via e-mail e Whatsapp, foi um notebook Lenovo e um Iphone 11.

6. PERFIL EDITORIAL

O presente livro-reportagem busca oferecer a profissionais da área de comunicação – através de depoimentos de jornalistas referenciais – esclarecimentos a respeito de um novo modelo alternativo do ofício: a arte de empreender e mudar a realidade do personagem de funcionário para patrão.

Assim, exemplificando os maiores desafios que os formandos encontram nos meios tradicionais como redações e emissoras de televisão e rádio, o livro propõe um novo olhar sobre o empreendedorismo e como esses profissionais podem conquistar espaço nesse novo cenário.

7. PÚBLICO ALVO

O trabalho é destinado a estudantes de jornalismo, profissionais da área de comunicação e público em geral.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, o livro-reportagem “Jornalista sem patrão: União entre cooperativismo e empreendedorismo” teve como proposta passear pelo jornalismo independente de Alagoas e seus produtos alternativos. Este livro tem como sua principal mensagem dar voz a quem faz e a quem fez. Saindo um pouco do modelito – de um padrão de escrita, onde narra, personaliza as falas, para se criar uma imaginação –, a ideia foi abrir espaço para os personagens que viveram situações atípicas na profissão e tiveram iniciativas inovadoras, para que pudessem contar um pouco de suas experiências.

O livro-reportagem foi intitulado por “jornalista sem patrão”, fazendo menção aos principais personagens narrados: Acta e Jorgraf, que perante situações de dificuldades, abriram as portas para o novo, o seu. Um dando continuidade e inovando, o outro criando e se recriando.

O empreendedorismo foi o assunto debatido. Atrelado a profissão, caminhando com a profissão, o profissional jornalista. Mostrando as dificuldades perante a prática, pela voz de quem vive as lutas diárias de empreender sendo jornalista e fazendo jornalismo. É uma crítica ao ensino das faculdades que ainda lecionam jornalismo, expondo que é necessário ser feita uma reconfiguração do projeto pedagógico, capacitando os alunos para o verdadeiro mercado que os espera fora dos muros da universidade.

Por fim, o livro busca também inspirar e instigar, como injeção de ânimo para aqueles que estão com a visão quadrada quanto à atuação na área, que, agora, pode-se dizer: *áreas*. São segmentos distintos, formatos, e que com certeza, cada um consegue se inserir de uma forma satisfatória. E claro, não menos importante, me atrevo a dizer que até um dos pontos mais cruciais, é afirmar, que: sim, jornalista pode empreender na área, sim! Não só pode, como deve.

9. REFERÊNCIAS

ASSIS, Carolina. **Quem ensina jornalismo empreendedor na Ibero-América?**

Disponível em: [KNIGHT CENTER](#).

BERMAN, Marshall (1940). **Tudo o que é sólido dissolve no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo. Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro, 2008.

FERRO, Marco. **Cajueira**. Sergipe, 2022.

FIGUEREDO, Irene. **Cooperativa de jornalistas: estudo sobre a Jorgraf**. João Pessoa, 2017.

LOPES, D. F.; PROENÇA, J. L. **Jornalismo Investigativo**. São Paulo, Publisher Brasil, 2003.

RODRIGUES, Sofia. **Manual técnico do formando: Empreendedorismo**. 2008.

Livro-reportagem e a arte de informar: disponível em <https://www.literalmenteuai.com.br/a-arte-de-informar-atraves-do-livro-reportagem/>

SANTOS, Magnólia. **Cooperativismo e imprensa: o caso da Tribuna Independente em Alagoas**. Alagoas, 2014.

SANTOS, Magnólia. **Cooperativa Jorgraf: uma parceria de sucesso entre jornalistas e gráficos alagoanos**. Alagoas, 2016.

SANTOS, Magnólia. **Cooperativa Jorgraf: 10 anos de sobrevivência de uma saga alagoana**. Alagoas, 2017.

SANTOS, Magnólia. LIMA, Victor. **Cooperativa Jorgraf: uma lição de empreendedorismo no jornalismo alagoano**. Alagoas, 2019.

SANTOS, Magnólia. ANACLETO, Priscila. **Jornalismo, Cooperativismo e Empreendedorismo em Alagoas**. Alagoas, 2020.

XAVIER, Cintia. MELANI, Rocha. **O livro-reportagem e suas especificidades no campo jornalístico**. Paraná. 2013.

Tribuna Independente: 13 anos de lutas e conquistas. Alagoas, 2020. Disponível em: 13 anos de Tribuna